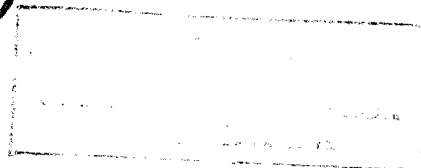


**ANALISIS KESESUAIAN HARAPAN DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK SEPEDA
MOTOR YAMAHA CRYPTON DI NGANJUK**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

HENDRODI DAMARJAYA

No. Pokok : 04951811 E

KEPADA

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2000

SKRIPSI

**ANALISIS HARAPAN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA CRYPTON
DI NGANJUK**

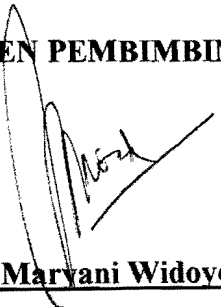
DIAJUKAN OLEH :

HENDRODI DAMARJAYA

No. Pokok : 049510811 E

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh

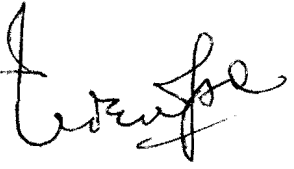
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Maryani Widoyo

TANGGAL_.....

**KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
EXTENSION**



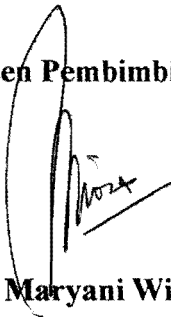
Dra. Ec Soedewi Soedorowardi, MS

TANGGAL. ³⁰/₄ - 01

Skripsi ini telah selesai dan siap untuk diuji

Tanggal.....

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maryani', is written over a large, faint, vertically-oriented oval shape.

(Dra. Maryani Widoyo)

ABSTRAKSI

Kebutuhan akan sarana transportasi yang ekonomis dan efisien dirasakan makin meningkat belakangan ini. Sepeda motor adalah salah satu alternatif sarana transportasi yang yang dianggap bisa memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini dikarenakan karena selain praktis, harga dan biaya perawatan sepeda motor relatif lebih murah daripada mobil.

Keadaan ini menciptakan suatu peluang pasar yang sangat potensial untuk dimasuki. Beberapa perusahaan industri otomotif yang memproduksi sepeda motor ikut tergerak untuk saling berlomba dalam menawarkan sepeda motor yang dapat memenuhi serta memuaskan konsumen.

Salah satu produsen yang produknya dipasarkan di Indonesia adalah YAMAHA. Dengan menawarkan produknya bernama Crypton yang diklaim oleh perusahaan sebagai sepeda motor dengan konsumsi bahan bakar yang paling irit di kelasnya, ikut bersaing dengan produsen lain untuk memperebutkan pasar.

Dalam memasarkan Crypton, pihak YAMAHA perlu mengetahui kesesuaian harapan dan persepsi konsumen terhadap atribut produk sepeda motor Crypton. Hal ini penting, karena dari sini perusahaan akan dapat mengevaluasi strategi pemasaran yang dijalankan dan selanjutnya perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran selanjutnya.

Oleh karena itu penulis melakukan penelitian ini yang dimaksudkan untuk memberi masukan kepada perusahaan tentang kesesuaian harapan dan persepsi konsumen terhadap YAMAHA Crypton dengan hipotesis ada kesesuaian antara harapan dan persepsi konsumen terhadap atribut produk sepeda motor YAMAHA crypton. Penelitian ini dilakukan di kota Nganjuk dengan menyebar kuesioner yang berisi pertanyaan tentang identitas konsumen, harapan dan persepsi, dan prioritas atribut. Metode pengambilan sampling menggunakan *purposive sampling* terhadap populasi yang diketahui sebelumnya yaitu pemakai YAMAHA Crypton.

Dari skor jawaban responden kemudian dibandingkan dengan menggunakan tes ranking bertanda Wilcoxon untuk data berpasang dengan bantuan program SPSS (Statistical Program For social Science).

Setelah dilakukan pengujian, dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum hipotesis diterima. Hal ini berarti bahwa secara umum paling tidak harapan telah sesuai dengan persepsi. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum paling tidak kepuasan konsumen dapat tercapai. Meskipun pada atribut desain kepuasan konsumen belum tercapai, tetapi pada atribut lain kepuasan konsumen telah tercapai.